

## INTISARI

Praktik filantropi yang diinisiasi oleh fandom K-Pop menarik untuk dikaji mengingat solidaritas penggemarnya yang dinilai kuat. Solidaritas yang dimiliki penggemar K-Pop memiliki potensi yang besar untuk diarahkan untuk membantu lingkungan dan masyarakat yang membutuhkan. Solidaritasnya berpotensi besar dalam pengumpulan dana bantuan dalam jumlah yang besar. Ini juga akan berhasil jika diikuti dengan program pemberdayaan atau keberlanjutan.

Penelitian ini mencoba menganalisis untuk mengetahui dinamika dibalik praktik filantropi ARMY Indonesia (BAIP) dengan kerangka berpikir Bourdieu. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini yakni metode kualitatif dengan pendekatan etnografi virtual. Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah melalui wawancara dan observasi partisipan. Teori Bourdieu digunakan untuk mengetahui dinamika proses distribusi habitus, modal, dan arena pada praktik filantropi ARMY Indonesia yang dikelola oleh BAIP.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik filantropi ARMY Indonesia yang diinisiasi oleh BAIP terwujud dari habitus dan modal yang sama yang ada di dalam arena fandom. Ketika ARMY yang memiliki posisi dominan di dalam arena fandom ARMY menginisiasi untuk berdonasi bersama-sama, kemudian menghasilkan praktik filantropi atas nama fandom BTS-ARMY. Melihat praktik filantropi ini dilakukan oleh fandom serta habitus dan modalnya juga berangkat dari arena fandom, maka praktik filantropi ini beriringan dengan praktik lain di fandom ARMY itu sendiri. Ini kemudian berimplikasi juga pada arah dari filantropi. Arah filantropi yang ditemukan dalam penelitian ini adalah filantropi lebih mengarah pada momen-momen tertentu bernuansa fandom seperti perayaan ulang tahun member BTS, filantropi sebagai representasi promosi pesan positif BTS, filantropi sebagai strategi simbolik untuk memperkuat identitas fandom ARMY, dan filantropi lebih mengarah pada filantropi tradisional. Lalu juga berimplikasi pada adanya keterbatasan filantropi yang tidak berkelanjutan. Keterbatasan yang ditemukan yaitu faktor *euphoria* di dalam fandom, faktor dari pengelola yang tidak memiliki *background* profesional mengenai filantropi keberlanjutan, dan dinamika di dalam fandom yang beriringan juga dengan filantropi sekaligus pengaruh ARMY posisi dominan dalam penyebaran informasi donasi. Namun meskipun begitu, praktik filantropi ini masih memiliki potensi yang besar karena isu-isu sosial yang melekat pada BTS melekat juga pada identitas ARMY. Tentu harus diikuti dengan ARMY yang memiliki posisi dominan menggandeng ARMY-ARMY yang memiliki *background* profesional terkait dengan pemberdayaan atau berkelanjutan.

**Kata Kunci: Fandom K-Pop, ARMY Indonesia, Filantropi, Bourdieu, Praktik Sosial**

## ABSTRACT

The philanthropic practices initiated by K-Pop fandoms are interesting to study, considering the strong sense of solidarity among their fans. This solidarity holds great potential to be directed toward helping the environment and communities in need. Such solidarity also has the capacity to mobilize large-scale fundraising efforts. These initiatives can achieve greater success if accompanied by empowerment or sustainability programs.

This study seeks to analyze the dynamics behind the philanthropic practices of Indonesian ARMY (BAIP) using Pierre Bourdieu's theoretical framework. The research employs a qualitative method with a virtual ethnographic approach. Data were collected through virtual participant observation and interviews. Bourdieu's theory is used to explore the dynamics of habitus, capital, and field distribution within the philanthropic practices of Indonesian ARMY organized by BAIP.

The findings show that the philanthropic practices of Indonesian ARMY initiated by BAIP stem from shared habitus and capital that exist within the fandom field. When ARMY members with dominant positions in the fandom arena initiate collective donations, these actions manifest as philanthropic practices carried out in the name of the BTS-ARMY fandom. Since the philanthropic practices emerge from and operate within the same fandom arena, they coexist with other fandom activities. This interconnectedness also influences the direction of philanthropy. The study identifies that philanthropy within this fandom tends to center around fandom-related moments, such as BTS members' birthdays, philanthropy as a representation of promoting BTS's positive messages, philanthropy as a symbolic strategy to strengthen ARMY's fandom identity, and philanthropy that largely aligns with traditional forms of giving. These tendencies also reveal certain limitations, particularly the lack of sustainable philanthropic efforts. The constraints identified include the euphoria-driven nature of fandom participation, the organizers' lack of professional background in sustainable philanthropy, and internal fandom dynamics influenced by dominant ARMY members who play a key role in disseminating donation information. Nevertheless, these philanthropic practices still hold significant potential because the social issues associated with BTS also resonate with ARMY's collective identity. For this potential to develop further, ARMY members in dominant positions should collaborate with those who have professional backgrounds in empowerment and sustainability initiatives.

**Keywords: K-Pop fandom, ARMY Indonesia, Philanthropy, Bourdieu, Social Practice**